

BAB III

PENYAJIAN DATA DAN PEMBAHASAN

A. Catatan Pembuka

Bab III akan berisi sajian data dan pembahasan secara lebih mendalam mengenai bagaimana penonton/khalayak memaknai pergeseran budaya minum kopi yang ditampilkan dalam film *Filosofi Kopi*. Penyajian data dan pembahasan ini akan terdiri dari beberapa sub diantaranya adalah **pertama**, setelah catatan pembuka terdapat sajian data berupa profil informan secara lengkap, untuk mengetahui faktor sosial yang melingkupi masing-masing informan. **Kedua**, peneliti akan menjelaskan proses pengumpulan data, yang meliputi, waktu, tempat, dan pelaksanaan *Focused Group Discussion* (FGD) yang akan dilakukan. **Ketiga**, peneliti akan menjelaskan kerangka pengetahuan dari masing-masing informan yang didapatkan melalui keluarga, sekolah, universitas, dan tempat lainnya. **Keempat**, akan berisi hubungan produksi tentang bagaimana pengaruh menonton informan. **Kelima**, peneliti akan menganalisis *decoding* penonton film *Filosofi Kopi* dengan membagi ke dalam tiga poin pembahasan yang sama seperti pada bagian analisis *encoding* yang tertera pada BAB II sebelumnya, yaitu pergeseran budaya minum kopi, budaya minum kopi sebagai perilaku konsumtif dan idealisme penikmat kopi *original*. **Keenam**, peneliti akan melakukan analisis hipotekal penonton dalam memaknai pergeseran budaya minum kopi dalam film *Filosofi Kopi* menggunakan model analisis resepsi *encoding-*

decoding milik Stuart Hall. **Ketujuh**, peneliti akan membuat catatan penutup yang berisikan hasil temuan dan rangkuman pembahasan dalam penelitian ini.

B. Profil Informan

Peneliti memilih 5 orang peserta informan dari latar belakang penikmat kopi yang berbeda-beda untuk mengetahui bagaimana penerimaan penonton terhadap transformasi budaya minum kopi dalam film Filososfi Kopi.

Tabel 3.1 Profil informan

No	Nama	Usia	Alamat	Kegiatan
1	Muhamad Ardiansyah Putra (Dian)	24	Jln, Kebun Raya, No.22, Rejowinangun, Kota Gede, Yogyakarta.	Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Yogyakarta
2	Abdul Ali Ngoro (Ali)	25	Jln, Soragan, Perum Soragan Permai, No.11, Ngestihardjo, Kasihan, Bantul, Yogyakarta	Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Yogyakarta
3	Fakhrisina Amalia Rovieq (Iis)	25	Jl. Abimanyu, No.14, Sinduhardjo, Ngaglik, Sleman, Yogyakarta.	Mahasiswa Universitas Islam Indonesia
4	Septi Nuzulia Rahmawadi	23	Jln.Pamungkas, Perumahan Kavling UII, Ngaglik, Sleman.	Mahasiswa Universitas Islam Indonesia
5	Rahmadhini	23	JL.Abimanyu, No.14,	Mahasiswa Universitas

	(Dini)		Sinduhardjo, Ngaglik, Sleman, Yogyakarta.	Islam Indonesia
--	--------	--	--	-----------------

C. Kerangka Pengetahuan Khalayak

Penelitian ini bertujuan untuk mendapatkan pemaknaan khalayak yang telah dirumuskan oleh penulis yaitu, “Penerimaan Penonton Terhadap Transformasi Budaya Minum Kopi Dalam Film Filosofi Kopi”. Untuk menjawab pertanyaan tersebut, maka peneliti akan memaparkan data-data yang diperoleh dari informan. Dalam teori penerimaan oleh Stuart Hall, *decoding* yaitu Proses pemaknaan teks media yang dilakukan oleh khalayak yang bertujuan untuk mengetahui bagaimana pemaknaan teks yang dilakukan oleh khalayak/penonton dari konten media.

Kepribadian setiap individu dapat terbentuk karena dipengaruhi oleh beberapa faktor, seperti keluarga, sekolah, pekerjaan, usia, agama, teman dan lain sebagainya seperti pada informan **Muhamad Ardiansyah Putra**, Dian merupakan mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Muhamadiyah Yogyakarta. Dian berasal dari suku Gayo yang dimana kopi sudah menjadi identitas masyarakat di dataran tinggi Gayo. Dian telah lama mengenal budaya kopi dari kecil tetapi menurutnya budaya kopi ditanah Gayo tidak seperti budaya kopi yang terjadi sekarang ini. Di lingkungannya, kopi dihadirkan dalam setiap hajatan dan disuguhkan dalam menyambut tamu. Dian menceritakan budaya minum kopi ditanah Gayo biasanya menggunakan kopi jenis Robusta dan masih mencampurkan gula. Kecintaannya terhadap dunia kopi

memotivasi Dian untuk membuka usaha kedai kopi setelah ia lulus kuliah nanti. Alasan inilah yang membuat Dian mencari *circle-circle* yang berkecimpung dengan dunia kopi baik dari segi teman, *social* media bahkan film yang secara tidak langsung membuatnya merasa tertarik. Di tahun 2016 Dian mencoba menikmati kopi tanpa mencampurkan gula. Baginya kopi sudah menjadi kebutuhan wajib yang harus dia minum satu kali dalam sehari.

Untuk Informan berikutnya bernama **Abdul Ali Ngoro** yang merupakan salah satu mahasiswa jurusan Akutansi di Universitas Muhammadiyah Yogyakarta. Sebagai seorang mahasiswa Ali juga berprofesi sebagai Barista disalah satu kedai kopi yang ada di Yogyakarta. Ali sendiri, awal mengenal kopi dari kota asalnya yaitu Morotai, Maluku. Ia mengatakan walaupun tidak ada kebun kopi di Maluku namun budaya minum kopi sering dijumpai pada saat menyambut tamu. Ali mengatakan setiap tamu yang datang baik itu perempuan atau laki-laki tidak pernah menolak apabila ditawarkan kopi hitam *sachet* tersebut. Menurutnya jika seseorang datang bertamu pasti ada sebuah obrolan. Ketika ada obrolan tersebut otomatis lebih enak ditemani kopi ketimbang teh. Semenjak SMP Ali merasa sudah menyukai kopi dikarenakan kebiasaan bergadang. Ia lebih memilih meminum kopi ketimbang teh dan minuman lainnya. Disaat film *Filosofi Kopi* rilis di bioskop Ali merasa tertarik untuk menontonnya. Selain dikarenakan ia merasa sebagai penyuka kopi. Selain itu juga, Ali mengatakan sebelum film ini rilis Ali banyak membaca berita bahwa pemeran utama yang memerankan tokoh Ben sabagi Barista (*Chicko Jerico*) benar-

benar mendalami karakternya dengan terjun langsung belajar menjadi seorang Barista. Kedua alasan itulah yang semakin membuat Ali semakin penasaran mengenai film Filosofi Kopi. Ali sendiri sudah menonton film Filosofi Kopi sampai tiga kali.

Ali merasa ia baru mengetahui Budaya minum kopi yang menurutnya baru melalui film Filosofi kopi. Hal itulah yang membuat Ali sangat penasaran ingin mencoba mencicipi kopi tanpa campuran gula. Namun hal itu baru sempat terealisasikan di tahun 2016 ketika seorang temannya mengajaknya untuk mencoba kopi *single origin* di sebuah *café*/kedai kopi. Hanya dalam kurun waktu seminggu Ali langsung merasa cocok dengan rasa yang dihasilkan kopi *single origin* tersebut hingga akhirnya Ali belajar menyeduh di bar dari setiap *café* ke *café* yang lain hingga akhirnya menjadi seorang Barista. Sementara itu **Iis (Fakhrisina Amalia Rovieq)** merupakan mahasiswa jurusan Psikologi lulusan Universitas Lambung Mangkurat di Banjarmasin. Kemudian di tahun 2016 Iis melanjutkan *studi* Magisternya ke Yogyakarta di Universitas Islam Indonesia dengan mengambil konsentrasi Psikologi Klinis. Sambil melanjutkan S2 nya Iis menyalurkan hobi menulisnya dengan menulis novel yang akhirnya diterbitkan dengan beberapa judul yaitu *Confessions*, *All You Need Is Love*, *Happyness*, *Persona* dan *Represi*. Kecintannya terhadap dunia tulis-menulis membuat Iis memiliki banyak referensi mengenai novel-novel dari penulis terkenal terutama didalam negeri salah satunya Dee Lestari.

Menurut Iis Dee Lestari merupakan tipikal orang yang suka menggali sesuatu terlihat dalam novelnya salah satunya yang berjudul *Aromakarsa*. Iis sendiri banyak

mengetahui judul-judul novel karya Dee Lestari terutama novel *Filosofi Kopi* yang juga diangkat kedalam sebuah film. Namun perempuan berusia 25 tahun ini tidak merasa tertarik untuk membaca karya-karya dari penulis Dee Lestari tersebut. Menurutnya karya Dee Lestari tidak cocok dengan *genre* menulisnya yang lebih senang mengangkat cerita yang berkaitan dengan Psikologi seperti novel-novel yang dia terbitkan. Iis lebih memilih membaca kumpulan cerita bertema kopi karya Sheva yang berjudul *Blue romance*.

Menurut Iis kopi adalah salah satu hal yang ia butuhkan ketika ia sedang menulis novel dan merasa perlu untuk bergadang. Menurutnya kopi *sachet* dan kopi *single origin* memberikan efek yang sama dalam menghilangkan rasa ngantuk. Sehingga Iis lebih memilih kopi *sachet* yang menurutnya lebih enak dan praktis. Kebiasaan ini ia dapatkan dari ayahnya yang setiap harinya wajib meminum kopi *sachet* ditemani sebatang rokok. Iis mengaku di tahun 2016 ia pertama kali mencoba kopi Gayo (*single origin*) yang dipesan oleh temannya. Disaat itulah ia mulai tertarik untuk memesan kopi *single origin* apabila berkunjung ke sebuah *café*/ kedai kopi. Berbeda dengan informan **Septi Nuzulia Rahmawadi (Lia) perempuan asal** Pekalongan ini adalah Mahasiswa Universitas Islam Indonesia. Lia sendiri sudah menikmati kopi *sachet* dari semenjak SMA. Menurut Lia kopi sudah menjadi kebutuhannya sehari-hari yang membuatnya merasa lebih santai saat menjalani berbagai aktifitas. Menurutnya Lia melihat abangnya sebagai kopi *sachet addict* membuatnya tertarik untuk mencoba kopi ini.

Sedangkan untuk informan bernama **Dini (Rahmadhini)**, perempuan berumur 23 tahun ini mengetahui film *Filosofi Kopi* yang menurutnya sedang *booming* di tahun 2015 saat itu. Hal itu dikarenakan ia pernah membaca pemberitaan mengenai film *Filosofi Kopi* yang banyak mendapatkan penghargaan. Namun untuk Dini sendiri tidak merasa berminat untuk menonton film tersebut dikarenakan ia merasa tidak menyukai kopi. Perempuan yang hobi mengakses berita online di aplikasi *Line Today* ini mengaku pernah menonton film adaptasi karya Dee Lestari yang berjudul *perahu kertas*. Dini mengatakan ia dibesarkan dari Lingkungan keluarga yang tidak begitu suka kopi.

D. Hubungan Produksi Dalam *Decoding*

Pengumpulan data pada penelitian ini dilakukan dengan menggunakan metode *focused group discussion* (FGD) dan wawancara mendalam yang telah peneliti laksanakan bersama informan pada waktu dan tempat yang berbeda. Kegiatan FGD pertama bersama dua orang Mahasiswa Universitas Islam Indonesia dilaksanakan pada hari Rabu tanggal 7 November 2018, pada pukul 20.00-23.00 WIB bertempat di Jl. Abimanyu, No.14, Sinduhardjo, Ngaglik, Sleman, Yogyakarta. Kegiatan FGD yang kedua dilakukan pada hari Jumat pada tanggal 9 November 2018 pada pukul 16.00-20.00 WIB di *Riphy Café*, Jln.Paleman, Geblangan Tamantirto, Matrijeron, Bantul. Kegiatan FGD selanjutnya dilakukan pada hari Minggu tanggal 11 November 2018 di Jln.Pamungkas, Perum Kavling Uii, Ngaglik, Sleman. Dan pada pelaksanaan

kegiatan FGD ini, peneliti dibantu salah seorang yang bertugas untuk mendokumentasikan kegiatan FGD.

Kegiatan FGD yang peneliti lakukan bersama dengan beberapa Mahasiswa berjalan dengan lancar. Para informan begitu antusias dalam menanggapi fenomena transformasi budaya minum kopi pada film *Filosofi Kopi*. Para informan sendiri memiliki latar belakang dan pengetahuan yang berbeda-beda terhadap kopi yang dapat mempengaruhi bagaimana informan tersebut memandang/memaknai budaya minum kopi secara berbeda-beda.

Salah satu dari kelima informan telah menonton film *Filosofi Kopi* ini lebih dari satu kali. Salah satu informan bernama **Ali** merasa film *Filosofi Kopi* lah menyebabkannya tertarik untuk mengenal dan belajar mengenai kopi *single origin*. Ali pertama kali menonton film *Filosofi Kopi* di salah satu bioskop yang ada di Yogyakarta. Menurutnya menonton film di bioskop memiliki kesenangan tersendiri terlebih lagi dengan film yang ditunggu-tunggu seperti film *Filosofi Kopi*, Ali pun mengaku dia sangat jarang sekali untuk menonton sebuah film di bioskop. Ali pun mengatakan saat ini ia masih mengikuti perkembangan dari film ini dengan menonton *Filosofi Kopi 2*, dan *web series* film ini.

Informan lainnya juga telah menonton film yang mengangkat tema kopi seperti pada informan yang bernama **Dian** yang telah menonton film yang menceritakan kopi. Dian menyebutkan kebanyakannya adalah film berjenis dokumenter film salah satunya yaitu *Kopi Muria*, dan *Aroma Of Heaven*. Menurutnya

film ini lebih menggambarkan secara *detail* tentang kopi dan jenis dari kopi tersebut berbeda dengan film Filosofi Kopi yang lebih menggambarkan bagaimana budaya minum kopi. Dian sendiri pertama kali menonton film Filosofi Kopi di salah satu bioskop yang ada di Yogyakarta. Menurut Mahasiswa jurusan *broadcasting* ini menonton film di bioskop adalah bentuk apresiasinya terhadap sebuah karya anak bangsa.

Selain film Filosofi Kopi, adapula Informan yang mengetahui referensi mengenai kopi *single origin* melalui dengan membaca kumpulan cerita. Seperti **Iis** ia pernah membaca kumpulan cerita yang bertemakan kopi seperti kumpulan cerita yang berjudul Blue Romance, menurutnya karya Sheva ini juga menggambarkan budaya kopi. Dalam cerita ini penulis banyak mengaitkan cerita cinta terhadap filosofis-filosofis pada kopi. menurut Iis kumpulan cerita ini juga menggambarkan bagaimana budaya minum disebuah café, aktivitas apa saja yang terjadi bahkan menceritakan pembuatan sebuah kopi. Ia merasa kumpulan cerita karya Sheva ini memiliki banyak kesamaan dengan Filosofi Kopi karya Dee Lestari.

Untuk informan bernama **Lia** ia sama sekali tidak pernah mengetahui ataupun membaca karya-karya Dee Lestari. Namun Lia sudah pernah menonton film Filosofi Kopi yang pada saat itu direkomendasikan oleh teman-temannya yang menyukai kopi. Lia pun mengaku ia mendapatkan film ini dari seorang temannya. menurut Lia ia lebih tertarik untuk menonton film Hollywood di bioskop melainkan film dalam negeri. Kemudian informan **Dini** yang pernah menonton salah satu film karya Dee

Lestari yaitu perahu kertas. Sedangkan untuk menonton film yang bertema kopi, film *Filosofi Kopi* adalah film pertama kali yang ia tonton.

E. Penerimaan Penonton Terhadap Pergeseran Budaya Minum Kopi dalam Film *Filosofi Kopi*

Film *Filosofi Kopi* merupakan film komersil yang mengangkat tema mengenai kopi *single origin* di Indonesia. Dalam film ini diperlihatkan bagaimana perbedaan budaya minum kopi yang terjadi di daerah perkotaan dan perdesaan. Film yang menggambarkan unsur pergeseran budaya minum kopi ini memperlihatkan bagaimana kopi saat ini menjadi bagian dari gaya hidup anak muda saat ini yang dulunya dianggap sebagai budaya orangtua. Maka kemudian, penelitian ini ingin mengetahui bagaimana tanggapan penonton dalam memaknai fenomena pergeseran budaya minum kopi dalam Film *Filosofi Kopi* tersebut.

Pada pembahasan selanjutnya, peneliti memilih tiga sub pembahasan yang telah dianalisis *encoding* pada BAB II, untuk kemudian didiskusikan dengan para informan pada saat pelaksanaan FGD. Analisis resepsi atau penerimaan, digunakan untuk melihat bagaimana penerimaan, tanggapan ataupun respon yang dibentuk oleh penonton. Dalam proses penerimaan pesan dari media dibutuhkan infrastruktur teknis untuk mendukung khalayak dalam proses memaknai pesan dan pemahamannya dalam mengkonsumsi sebuah pesan dari media tersebut. Hal ini dilakukan untuk mengetahui bagaimana informan memaknai berbagai adegan unsur pergeseran

budaya minum kopi yang ditampilkan dalam film *Filosofi Kopi* menggunakan analisis resepsi Stuart Hall.

1. Penerimaan Adegan Pergeseran Budaya Minum Kopi

Pada beberapa *scene* dalam film *Filosofi Kopi* memperlihatkan beberapa adegan yang menggambarkan unsur pergeseran budaya minum kopi. Diperlihatkan perbedaan suasana kedai kopi di daerah perdesaan dan suasana *café* di daerah perkotaan. Pada daerah perkotaan diperlihatkan bagaimana suasana *café* dengan desain *interior* yang menarik. Didalamnya terdapat mesin *expresso* dan beberapa alat untuk menyeduh kopi lainnya. Sementara itu diperlihatkan seisi *café* didominasi oleh anak muda dengan pakaian rapi dan tampil modis.

Kemudian di depan bar *café* tersebut terlihat Barista yang sedang sibuk meracik kopi. Sedangkan suasana kedai kopi pak Seno diperlihatkan secara sederhana, dengan bangunan yang didominasi oleh kayu dan hampir setengah bangunannya terbuka, disekelilingnya diperlihatkan hamparan kebun kopi. Ditengah meja terdapat makanan ringan tradisional seperti roti, dan kacang-kacangan yang di letakkan didalam toples plastik. Di kedai ini pun pak Seno dan istrinya sendiri yang menyeduh kopi-kopi untuk pelanggannya. Penampilan pak Seno dan istrinya terlihat sederhana berbeda dengan penggambaran di *Café* daerah perkotaan yang memperlihatkan Ben tampil modis dengan memakai apron yaitu celemek yang dipakai khusus untuk Barista.

Informan I Ardiansyah (Dian) mengungkapkan bahwa telah terjadi pergeseran budaya minum kopi yang digambarkan di dalam film *Filosofi Kopi*. Menurutnya salah satu *scene* di dalam film *Filosofi kopi* menggambarkan perbedaan budaya minum kopi yang telah berubah. Berikut tanggapannya,

“Yaa ada sih, ada beberapa *scene* si Ciko, kan disitu dia digambarkan orang yang fanatik sekali sama kopi. Pas yang *scene* dia ke Ijen yang menemui petani kopi kan, itu kan masih manual banget gitu, yang menurut saya itu *point-point* di *Filosofi kopi* itu sendiri sih, jadi kaya ngebandingin tu, kaya gini lo suasana ngopi di petani langsung sama di *Café* gitu”(FGD bersama Dian pada 9 November 2018).

Selain itu Dian juga menjelaskan mengenai pergeseran budaya minum kopi yang terjadi di kehidupan sehari-hari. Menurutnya pergeseran ini terjadi akibat tren yang dibawa oleh media seperti halnya film *Filosofi Kopi*. Menurutnya film *Filosofi Kopi* juga berhasil membawa rasa penasaran masyarakat terhadap rasa kopi *original*. Berikut penjelasan Dian.

“Iyaa, dengan adanya film ini tu ya, pasti efeknya tu ya salah satunya ya banyak orang pengen berbondong-bondong, minimal penasaranlah, gimna kopi, kopi yang standar yang di kedai itu tu, gimna sih rasanya untuk di *Filosofi Kopi*, yang di kedai kopi *shop* gitu” (FGD bersama Dian pada 9 November 2018).

Film sebagai media komunikasi masa memiliki pengaruh cukup besar terhadap khalayaknya. Film memang bukanlah sekedar tontonan yang menghibur dengan berbagai teknik visual dan suara yang mengagumkan. Film layaknya agen sosialisasi dalam masyarakat, memiliki kemampuan untuk memberikan nilai-nilai pengasuhan bagi khalayak yang menyaksikannya (Lukmantoro, 2016:41). Cerita

yang dikemas dengan adanya peran dan karakter-karakter tokoh yang dilakoni oleh dua artis ternama yaitu Chiko Jerico dan Rio Dewanto dengan berbagai macam *angle camera* yang ditampilkan membuat film menjadi semakin menarik untuk ditonton sehingga Film Filosofi Kopi mampu membuat khalayak/penonton terbawa kedalam cerita yang digambarkan. Seperti yang dikatakan oleh informan I bernama Dian.

Tidak jauh berbeda dengan Dian, informan II yang bernama Ali juga memiliki pendapat yang sama. Menurutnya Ia beranggapan bahwa pergeseran budaya minum kopi yang ditampilkan dalam film Filosofi Kopi tersebut tidak jauh berbeda dengan realita yang ada disekitarnya. Menurutnya pergeseran itu sangat terlihat jelas dengan munculnya *café-café* yang semakin menjamur. Dengan adanya *café* tersebut memberikan ruang untuk orang-orang yang ingin menikmati kopi dan menemukan hal-hal yang baru. Menurut Ali pergeseran budaya ini diawali karena munculnya kopi *original*. Ali pun menceritakan kopi mengalami tiga gelombang yang mengakibatkan popularitas yang terjadi pada kopi. Ia mengatakan karena adanya industrialisasi menyebabkan munculnya kopi instan/ *sachet* kopi ini untuk sebagian orang Indonesia masih dikonsumsi karena praktis dan instan. Gelombang kedua diawali dengan munculnya *Starbuck* yang mempolopori tempat untuk menikmati kopi. Pada gelombang ini Ali mengatakan budaya minum kopi telah menjadi gaya hidup. Namun ia menambahkan gelombang ketigalah yang sedang terjadi saat ini dimana bukan hanya sekedar gaya hidup tetapi menjadi tren yang menurutnya dengan adanya kopi *original* ini para penikmat kopi ingin paham dengan kopi yang ia minum.

“Ya aku rasa gelombang ketiga ngasi reaksi terhadap kopi yang rasanya buruk dan cara penyajian kopi yang menurut aku kurang benar. Jadi ini loh cara benar menikmati kopi caranya sehat yang akhirnya muncul tuh *café* atau *coffeshop*, *Sturbacks* yang dulu gaada saingannya jadi ada saingan. Nah dengan munculnya kopi *original* inilah dampak yang ditimbulkan jadi banyakan, muncul *passion* terhadap dunia kopi ya bikin kopi tuh ga sembarang lagi punya teknik dong, ya mesin juga udah banyak kan yang canggih yang menurut aku *sexy* gilak harganya mahal-mahal belum lagi *café* itu kan juga ga sembarangan ya mereka pasti ngusung konsep yang ingin mereka tonjolkan ya akhirnya buakn seder gaya hidup jadi tren”(FGD bersama Ali 9 November 2018).

Seperti yang dijelaskan sebelumnya bahwa fenomena bergesernya budaya minum kopi semakin mempertegas makna pada aktivitas minum kopi sebagai media interaksi antar masyarakat. Bahwa kenyataannya fungsi warung/kedai kopi mulai bergeser dari sekedar sebuah tempat minum dan ruang publik yang pada akhirnya menjadi ruang multi fungsi (Syukri, 2014:4). *Café* kini sebagai tempat proses pergaulan sosial, nongkrong anak-anak muda, sebagai tempat rapat yang nyaman, tempat untuk mengerjakan tugas, sebagai tempat untuk menikmati makanan dan minuman yang disediakan bahkan untuk mengisi waktu luang. Hal inilah yang membuat budaya minum kopi saat ini merupakan bagian dari gaya hidup.

Sementara itu Informan III Iis, Menurutnya budaya minum kopi sekarang ini memang sudah banyak mengalami pergeseran seperti yang digambarkan dalam film *Filosofi Kopi*. Iis menambahkan dengan hadirnya *café-café* mematahkan anggapan bahwa kopi adalah budaya minum para orang tua. Ia melihat untuk pria yang berusia 45-50 tahun yang bisa dikatagorikan sebagai kalangan tua sudah tidak pantas lagi

untuk menikmati kopi disebut *café*. Menurut *image café* saat ini yaitu kaum muda.

“Di awal kan udah dilihat tuh *café* gitu kan, tapi kan ketika kita ke belakang ternyata sebenarnya minum kopi terutama ketika tokoh yang lebih tua daripada si Ben dan Jodi itu kan cenderung kaya dipinggir kebun, terus diteras rumah gitu-gitu kan, sementara kalo sekarang, kalo di konteks nya Jodi dan Ben minum kopi emang kaya udah khusus *coffee shop*, di *café-café*, untuk anak-anak, maksudnya dari si pelakunya pun kan kalo di *café* keliatan banget anak mudanya, terus kalo orang yang lebih tua biasanya, ya itu tadi yang kebun terus di rumah, dan ada satu set yang dia bawa bapaknya dateng nah itu kan kaya ini baru pertama kali ngajak bapak dia bilang kaya gitu, itu kan menunjukkan bahwa oh untuk ukuran bapak-bapak sebenarnya minum kopi gak di *coffee shop*” (FGD bersama Iis pada 7 November 2018).

Selain itu Iis juga menceritakan bagaimana perbedaan fenomena budaya minum kopi yang ia rasakan. Menurut Iis kopi memang sudah menjadi kebutuhan banyak orang. Terutama kebutuhan anak muda akan kopi yang terjadi saat ini.

“Kalo dulu mungkin sekedar ada tamu dijamu kopi, bapak-bapak sore-sore pulang kerja cape minumnya kopi, kalo sekarang kan kaya pagi mau memulai aktivitas kerja, gak bisa kalo gak ada *caffeine* dulu gitu kan, nah beli kopi yang *take away*. Tapi selain itu orang harus bersabar orang harus ke *coffee shop* untuk bisa minum kopi dan itu menurut aku budaya yang udah modern dibandingkan budaya minum kopi yang dulu lebih tradisional” (FGD bersama Iis pada 7 November 2018).

Senada dengan pernyataan informan-informan sebelumnya, Informan IV yaitu Lia juga memiliki pendapat yang sama. Menurut Lia pergeseran budaya minum kopi

ini merupakan perpindahan budaya dari budaya tradisional ke modern. Pergeseran budaya minum kopi membuat kopi saat ini dinikmati dengan cara baru. Menurut Tonggo Sejumlah *café* tampaknya telah terbudaya untuk menawarkan kopi dengan mengikuti pola penyeduhan berbasis teknologi (Tonggo, 2006:9). Seperti yang digambarkan dalam film *Filosofi Kopi*. Lia merasa pergeseran ini cukup berdampak positif. Termasuk dengan berbagai profesi yang muncul yang menandakan bahwa profesi-profesi ini semakin dilirik.

“Dulu tuh menurut aku kopi gaada profesinya. Eh sekarang malah banyak ya kaya Barista itu, sama satu lagi apa itu namanya Q grader. Ditambah lagi aku banyak tuh liat barista sekarang banyakan anak muda ganteng-ganteng lagi, jadi aku ngeliatnya keren, ya karna aku gabisa bikin kopi tuh susah ya jadi keren” (FGD bersama Lia pada 10 November 2018).

Pergeseran budaya minum kopi yang sudah dibahas sebelumnya, memunculkan profesi-profesi baru yang menandakan bahwa industri kopi saat ini memang patut diperhitungkan. Barista sudah menjadi sesuatu yang melekat dalam diri individu yang bertugas membuat kopi di sebuah *coffee shop*. Barista dianggap menjadi orang yang lebih tau tentang dunia perkopian sehingga seorang barista dituntut untuk memiliki pengetahuan yang lebih besar. Pada awalnya, barista hanya dianggap sebagai seseorang yang membuat kopi saja. Namun seiring perkembangan jaman, barista kemudian menjadi sebuah identitas dari sebuah *coffee shop* yang kemudian mempengaruhi orang untuk berkunjung.

informan V yaitu Rahmadhini yang merupakan Mahasiswa Magister jurusan Psikologi ini juga berpendapat bahwa, film *Filosofi Kopi* ini menggambarkan unsur pergeseran budaya minum kopi. Menurutnya film ini mampu memperlihatkan bagaimana budaya nongkrong sambil menikmati kopi yang sekarang ini sedang digemari anak muda. Ia mengatakan pergeseran ini menyebabkan munculnya *café-café* yang merupakan salah satu strategi produsen untuk menarik minat para konsumennya.

“Pergeserannya itu dari yang.., ya itu minum kopi itu, anak-anak sekarang banyaknya nongkrongnya di kedai kopi gitu kan, sekedar ngobrol gitu di juga tempat kopi-kopi nah seperti itu tempat berkesan budayanya. Tempat-tempatnya juga harus yang di desain, interiornya menjadi bagus lebih menarik biar gimana caranya para konsumen itu tertarik untuk datang kesitu gitu kan, beda sama yang dulu” (FGD bersama Dini pada 7 November 2018).

Dini sendiri mengaku penasaran dengan *café* *Filosofi Kopi* yang ada di Yogyakarta. menurutnya teman dan sosial medialah yang cenderung besar mempengaruhi orang-orang untuk mengikuti tren tersebut.

“Film ini tuh bikin saya penasaran sama *café*-nya itu, beberapa kali liat temen *update* di Instagram tempatnya bagus dan nyaman, pengen kesana tapi ya belum sempet-sempet, hahaha” (FGD bersama Dini pada 7 November 2018).

Antusias penonton terhadap film *Filosofi Kopi* berdampak pada dibukanya *café* *Filosofi kopi* yang didirikan di dua kota, Jakarta dan Yogyakarta. awalnya *café*

ini dibuat untuk keperluan syuting. Sampai saat ini, *café* Filosofi Kopi masih menjadi salah satu destinasi *hits* yang dikunjungi masyarakat untuk menikmati kopi.

2. Budaya Minum Kopi Sebagai Perilaku Masyarakat Konsumsi

Tidak hanya menampilkan unsur pergeseran budaya minum kopi tetapi film Filosofi Kopi juga memperlihatkan unsur bagaimana budaya minum kopi itu sendiri menjadi bagian dari budaya masyarakat konsumtif. Bergesernya fungsi kedai kopi yang kini tidak hanya menyediakan kopi, tetapi *café* juga menawarkan sejumlah fasilitas-fasilitas yang kemudian semakin membuat orang-orang tertarik. Banyak masyarakat terutama anak muda yang rela menghabiskan waktu dan uangnya untuk pergi ke sebuah *café*. Dalam budaya minum kopi pada kenyataannya telah mengalami pergeseran. Kebiasaan masyarakat tersebut dalam mengisi waktu luang dan menghabiskan uangnya dengan minum kopi di kedai kopi menjadi kegiatan tersebut termasuk dalam salah satu perilaku budaya konsumtif.

Hal tersebut terlihat dari beberapa *scene* yang ada di *café* Filosofi Kopi. Dalam beberapa adegan ditampilkan bahwa anak muda rela mengantri demi untuk mencicipi sebuah kopi di *café* Filosofi Kopi. Setelah itu diperlihatkan pula seisi *café* penuh dengan anak muda sambil menikmati kopi bahkan ada yang mengobrol. Setelah itu ada beberapa anak muda yang membatalkan pesannya dikarenakan *café* tersebut tidak memiliki wifi. Hal tersebut seolah olah ingin menggambarkan bahwa tujuan anak muda untuk datang ke sebuah *café* bukan semata-mata bukan untuk

menikmati sebuah kopi melainkan fasilitas-fasilitas yang ditawarkan yang mengarah pada gaya hidup konsumerisme.

Informan 1 Dian menganggap beberapa adegan anak muda yang sedang nongkrong di warung kopi termasuk sebagai budaya konsumtif. Ia pun menuturkan secara pribadi ia merasakan perbedaan saat menikmati kopi di rumah dengan menikmati kopi di sebuah *café*. Menurutnya meminum kopi di sebuah *café* dapat memberikan *euphoria* tersendiri. Bagi Dian *café* merupakan tempat yang paling nyaman untuk berkumpul bersama teman-teman sambil menikmati kopi. Ia mengungkapkan bahwa setiap orang yang datang ke sebuah *coffeshop* memiliki motivasi dan alasan-alasan yang berbeda. Alasan tersebut tergantung dengan apa sedang ia butuhkan. Ada yang sekedar ingin menikmati kopi, ada yang mengutamakan fasilitas ataupun hanya untuk sekedar nongkrong. Alasan-alasan itulah yang membuat Dian mengatakan bahwa pergeseran budaya minum kopi yang menyebabkan perilaku konsumtif ini secara keseluruhan tidak berdampak *negative*.

“Kita kan mana pernah liat orang di *café*/ kedai kopi itu mabuk-mabuk, atau ngapa-ngapain gitu, yakan? Itu bisa dibilang tempat *positive* sih menurutku beda sama tempat yang lain-lain. Ditambah lagi untuk aku pribadi karena aku pengen usaha dibidang itu dengan perilaku masyarakat yang sekarang suka pergi ke *café*, nah saya menganggap perilaku konsumtif ini sebenarnya peluang sekali” (FGD bersama Dian pada 9 November 2018).

Pergeseran budaya minum kopi menyebabkan ngopi tidak lagi dinikmati di warung kopi namun seiring berkembangnya zaman warung kopi saat ini berganti

dengan istilah *café* sebagai sarana dan prasarana yang memfasilitasi dan memudahkan konsumen untuk menikmati kopi. Dalam buku Kopi Merah putih mengatakan perkembangan *café* sebagai tempat aktifitas ngopi dikatakan bahwa mewakili banyak aktivitas mulai dari negosiasi bisnis, tukar pikiran dalam pekerjaan, reuni dengan kawan lama sampai berbincang-bincang formal dan sebagainya (Anonymus, 2009:7).

Café sebagai tempat yang memiliki banyak fungsi salah satunya sebagai tempat berkumpul dan berinteraksi sosial yang pada akhirnya menyebabkan budaya nongkrong. Menurut Badrun dalam pengantar buku “Kitab Kopi Dan Rokok” mengatakan bahwa sebelum era tahun 2000-an mahasiswa Yogyakarta cenderung nongkrong di angkringan. Sementara pasca tahun 2000-an mereka cenderung nongkrong di *café*/ kedai kopi. Menurutnya keuntungan yang dihasilkan dari kecenderungan anak muda yang senang nongkrong ini adalah munculnya peluang usaha *café*/kedai kopi yang menyebabkan maraknya pertumbuhan *café*/kedai kopi (Badrun dalam Jampes, 2009). Dibesarkan dengan ruang lingkup yang penuh dengan tradisi budaya minum kopi memotivasi Dian untuk berkecimpung di dunia ini. Ia mengatakan keinginannya untuk membuka usaha kedai kopi setelah ia lulus kuliah nanti. Hal ini juga merupakan salah satu alasannya mengapa ia sangat tertarik mempelajari kopi *original* ini, tentu saja motivasi dan latar belakang Dian mempengaruhi bagaimana ia memaknai fenomena ini.

Sedangkan informan yang ke II bernama Ali mengatakan bahwa adegan yang digambarkan dalam film Filosofi Kopi merupakan penggambaran perilaku konsumtif

secara *universal*. Menurut Ali orang banyak pergi ke sebuah *café* mempunyai alasan dan motivasi-motivasi yang berbeda beda. Dan motivasi inilah yang pada akhirnya bisa menentukan bagaimana budaya minum kopi tersebut dapat dikatakan sebagai perilaku konsumtif atau tidak. Berikut tanggapannya,

“Bagi orang-orang yang datang musiman nih, atau bilanganya apa ya?, motivasinya nongkrong atau coba kopi *single origin* lah karna lagi tren nih datang, setelah hilang nih ga datang lagi, itu bisa dikatakan perilaku konsumtif tapi bagi saya penikmat kopi ya ini kebutuhan saya, nongkrong nyari kopi, nge-tren ga tren ya ini *passion* saya, hobi saya ya jalan terus, menurut saya itu gak bisa dikatakan perilaku konsumtif” (FGD bersama Ali 9 November 2018).

Sama halnya dengan Dian, Ali sendiri merupakan penikmat kopi *original*, ia mengaku pada saat menonton film *Filosofi Kopi* di salah satu bioskop ia sangat penasaran dengan rasa kopi yang dihadirkan tanpa campuran gula. Rasa penasaran inilah yang membawa Ali untuk belajar memahami dan menikmati kopi hingga ia menjadi seorang Barista. Pekerjaan yang sedang ia nikmati dan ia sukai inilah yang menurut Ali dapat dikatakan sebagai *passion*.

Sependapat dengan Ali informan III Iis menganggap adegan-adegan yang ditampilkan dalam film tersebut merupakan gambaran dari budaya masyarakat yang sedang terjadi. Karena menurut Iis sendiri sudah sangat jarang sekali menemukan orang-orang yang menikmati kopi di rumah terutama untuk budaya kopi *original* ini. Menurut Iis hal ini disebabkan oleh adanya globalisasi yang menyebabkan berbagai perubahan salah satunya dalam budaya minum kopi yang akhirnya tanpa sadar

membuat masyarakat terdoktrin untuk menikmati kopi disebut *café* dan pada akhirnya menjadi budaya nongkrong. Namun ia merasa dampak yang ditimbulkan dari budaya nongkrong ini sangat baik terhadap perekonomian. Menurutnya seseorang dapat dikatakan berperilaku konsumtif apabila ia melakukan hal tersebut dengan alasan hanya untuk pamer dan *prestise*. Iis pun memberikan contoh individu yang berperilaku konsumtif pada saat membeli tas dengan ratusan juta rupiah yang menurutnya tidak pantas. Iis pun mengatakan bahwa setiap orang memiliki motivasi dan alasan yang berbeda-beda pada saat orang berkunjung ke sebuah *café*.

“Jadi ga semua budaya dalam minum kopi ini termasuk aktivitas nongkrong atau ngopi di *café/ coffe shop* itu bisa dibilang menunjukan perilaku konsumtif” (FGD bersama Iis pada 7 November 2018).

Berbeda dengan Informan IV bernama Lia berpendapat bahwa budaya minum kopi menyebabkan perilaku konsumtif yang berkaitan yang tidak bisa dipisahkan dengan perilaku hedonis. Menurutnya pergeseran budaya ini menyebabkan kopi sebagai gaya hidup. Gaya hidup memberikan tuntutan-tuntutan sosial. Tuntutan-tuntutan tersebut membuat individu-individu berlomba-lomba untuk menunjukan status sosialnya salah satunya dengan budaya nongkrong tersebut. Akhirnya banyak orang-orang yang mengesampingkan kebutuhannya dan mengutamakan keinginannya dan hal inilah yang menurutnya dapat digolongkan sebagai perilaku konsumtif. Ia menyamakan maraknya pertumbuhan *café* dengan pertumbuhan mall yang ada di Jogjakarta.

Seperti yang telah dijelaskan sebelumnya Istilah konsumtif biasanya digunakan pada masalah yang berkaitan dengan perilaku konsumen dalam kehidupan manusia. Dewasa ini salah satu gaya hidup konsumen yang cenderung terjadi di dalam masyarakat adalah gaya hidup yang menganggap materi sebagai sesuatu yang dapat mendatangkan kepuasan tersendiri, gaya hidup seperti ini dapat menimbulkan adanya gejala konsumtifisme, sedangkan konsumtifisme dapat didefinisikan sebagai pola hidup individu atau masyarakat yang mempunyai keinginan untuk membeli atau menggunakan barang dan jasa yang kurang atau tidak dibutuhkan (Engel, dkk, 2008:65). Perilaku konsumtif yang dimaksud disini adalah perilaku konsumsi peminum kopi dimana budaya konsumsi kopi ini biasanya dilakukan masyarakat di warung-warung kopi yang berpindah ke sebuah *coffeshop* dengan segala fasilitas-fasilitas yang ditawarkan. Budaya minum kopi menjadi sarana pemenuhan kebutuhan yang memperhitungkan gengsi atau *prestise* yang menjadi bagian dari gaya hidup masyarakat perkotaan.

“Menurut saya mbak perilaku konsumtif ini berkaitan dengan perilaku hedonis. Tapi nanti jadinya dalam waktu yang lama seseorang kan jadi terpapar mengikuti tuntutan-tuntutan zaman. Tanpa disadari tumbuh nanti yang namanya pemborosan, memang ketika kita masih punya daya beli maksudnya gimana ya mbak, masih cukup uangnya untuk mengikuti aktivitas tersebut ya memang enak tidak terjadi masalah tapi nanti kebiasaan ini berpengaruh dalam pembentukan karakter dan sulit baut dirubah, nah ketika kita sudah menaikkan standar gaya hidup atau mengikutinya untuk nurunin susah mbak, nah bahayanya apabila tidak terpenuhi itu mbak” (FGD bersama Lia pada 10 November 2018).

Lia pun pernah menceritakan pengalaman ngopi bersama teman-temannya di *Starbucks* dan *Excelso* yang menurutnya menimbulkan *prestise* tersendiri baginya dan teman-temannya. Berbeda dengan informan V bernama Dini mengatakan tidak setuju bahwa budaya minum kopi saat ini menyebabkan perilaku konsumtif seperti yang digambarkan dalam film. Dini mengatakan memang pergeseran budaya minum kopi menimbulkan budaya nongkrong yang menyebabkan orang-orang untuk pergi ke sebuah café.

Menurutnya banyak masyarakat dengan motivasi dan alasan yang berbeda beda untuk pergi ke sebuah café sesuai dengan kebutuhan yang ia perlukan. Menurut Dini setiap individu tentunya mempunyai standar kebutuhan yang berbeda-beda pula. Alasan-alasan tersebut menurutnya tentu sudah menjadi pertimbangan seseorang untuk menentukan café yang ingin ia cari. Dengan adanya sebuah pertimbangan saat melakukan inilah yang menurut Dini budaya minum kopi tidak dapat dikatakan sebagai perilaku masyarakat konsumtif. Berikut tanggapannya.

“Menurut saya *café* saat ini kan ga semua melulu harganya mahal, dan ga semua *café* juga menjual *prestise* atau nama. Banyak loh *café* sekarang yang harganya murah, 24 jam fasilitas *wifi*, tempatnya enak. Tapi kan kita gabisa sebut itu perilaku konsumtif toh *benefit* yang kita dapatkan menurut saya melebihi uang yang kita keluarkan. Sama seperti halnya kita minum di *Starbuck*, orang pergi kesitu pasti mempertimbangkan atau mengotak-ngotakan sesuatu sesuai dengan apa yang ia cari. Kita liat aja disalah satu adegan film *Filosofi Kopi* ada anak muda yang gajadi pesan kopi karna gaada *wifi*, nah itu kan sudah menunjukkan bahwa mereka punya alasan yang mana menurutnya penting dan tidak. Ada pertimbangan disitu” (FGD bersama Dini pada 7 November 2018).

Sebagai seorang individu yang tidak menikmati kopi Dini sendiri menceritakan alasannya bahwa *café* merupakan tempat *alternative* terutama untuk kumpul dan mengerjakan tugas. Menurutnya walaupun *café* menyediakan kopi sebagai komoditi utamanya banyak juga *café* yang menyediakan *alternative* menu bagi yang tidak menyukai kopi bahkan makanan dengan harga murah.

3. Idealisme Penikmat Kopi *Origin*

Idealis adalah seseorang yang melihat segala sesuatu hal sesuai dengan keyakinan yang dianutnya. Sedangkan Menurut Rusdi idealisme merupakan suatu aliran filsafat yang mempunyai pandangan bahwa hakekat segala sesuatu ada pada tataran ide. Realitas yang berwujud sebenarnya lebih dulu ada dalam realitas ide dan pikiran dan bukan pada hal-hal yang bersifat materi (Rusdi, 238:2013). Secara sederhana idealisme adalah suatu pandangan /keyakinan atas suatu hal yang dianggap benar oleh individu yang melekat secara perlahan dalam jiwa seseorang yang pada akhirnya berpengaruh kedalam bentuk perilaku, sikap, ide ataupun cara berpikir. Tentu saja setiap orang mempunyai suatu pandangan yang diyakininya benar. Hal ini pun terjadi pada penikmat kopi, terutama penikmat kopi original seperti yang digambarkan di dalam Filosofi Kopi.

Pada adegan ini diperlihatkan seorang laki-laki yang sedang menyeruput kopi buatan Ben namun laki-laki tersebut mengomentari bahwa kopi buatan Ben tersebut terasa hambar. Seketika itu juga laki-laki itu pergi meninggalkan *café* Filosofi Kopi.

Mendengar komentar tersebut Ben berpendapat bahwa laki-laki tersebut tidak mengerti kopi. Dalam adegan ini sutradara ingin memperlihatkan bagaimana pandang penikmat kopi original melalui karakter Ben. Perkataan yang disampaikan Ben menggambarkan bagaimana idealisme Ben seorang penikmat kopi original yang mengagap bahwa orang yang mengomentari rasa hambar dari kopi yang dia buat adalah orang yang tidak mengerti kopi. Bahwasanya orang yang dapat menikmati kopi *original* adalah orang yang mengerti kopi.

Menanggapi adegan tersebut informan 1 Dian berpendapat sebagai penikmat kopi *original* Dian merasa setiap orang memiliki cara yang berbeda-beda untuk menikmati kopi. Menurutnya setiap orang yang memilih menikmati kopi adalah untuk memenuhi asupan kafein dari kopi tersebut. Berikut tanggapannya,

“Gimana ya kita gak bisa maksain selera orang sebenarnya, mau pake gula ga pake gula, kopi scahet kek, kopi hitam kek sama aja ya namanya kopi, tapi menurut saya kopi itu kan semuanya olahan udah banyak campurannya, ya kan dengan kaya gitu kita ga bisa tau lagi rasa aslinya gimana kan, kalo gatau rasa aslinya gimana tau gimana mau ngerti kopikan? agar kita banyak tau dan mengerti kopi, ya salah satunya dengan mencoba kopi original ini” (FGD bersama Dian pada 9 November 2018).

Berbeda dengan Informan II bernama Ali mengatakan bahwa menurutnya menikmati kopi dengan menggunakan gula secara tidak langsung tidak baik untuk kesehatan. Ia mengatakan dengan mengkonsumsi kopi original merupakan cara yang benar dalam menikmati kopi terutama untuk alasan kesehatan. Ditambah lagi

menurutnya dengan cara tersebut secara langsung dapat mengenal bagaimana karakter kopi yang sedang dinikmati. Berikut tanggapannya,

“Sudah jelas ya, kopi original ini prosesnya panjang banget, belum lagi tekniknya, dan kita bisa tau asal kopi ini dari mana dari merasakan karakter-karakter kopinya, dan kita itu mempelajari bukan asal-asalan ada kopi terus diseduh gitu engga. Sebagai salah satu penghasil kopi terbesar di dunia, sudah sepatutnyalah kita mengonsumsi kopi yang benar” (FGD bersama Ali pada 9 November 2018).

Iis menanggapi penggambaran pandangan tersebut dengan mengatakan bahwa rasa adalah sesuatu hal yang bisa dipelajari. Menurutnya sendiri dari membaca novel ia merasa sedikit banyak mengetahui berbagai macam kopi. Menurutnya untuk mengetahui dan mengerti tentang kopi bisa belajar dari banyak hal.

“Bagi aku rasa itu adalah sesuatu yang bisa kita pelajari, tanpa aku menikmati kopi *origin* pun akan bisa memahami dan mempelajari tiap rasa kopi gitu kan, bagi aku pribadi aku gak perlu jadi penikmat kopi *origin pure* untuk bisa memahami kopi, kalo misalnya aku belajar menurut aku, aku akan bisa memahami kopi” (FGD bersama Iis pada 7 November 2018).

Namun bagi informan IV yaitu Lia, melihatnya dengan pandangan yang berbeda. Menurut Lia cukup sulit untuk dapat menikmati kopi *original*. ia sendiri mengatakan tertarik untuk mencoba kopi *original* tersebut, namun ia merasa tidak pernah cocok dengan rasa yang dihasilkan dari kopi tersebut. Lia mengatakan sebagai orang yang sangat menggemari kopi *sachet* Lia mengaku tidak banyak

mengetahui tentang kopi. Menurutnya kopi hanya sebatas untuk diminum dan terasa enak.

“Di film aja udah digambarain mbak orang yang masuk kedunia kopi ini juga pake *sertificat* segala macam, aku juga denger Barista itu aja ada kelasnya, setidaknya kan dengan begitu dia belajar, banyak ilmunya jadi jelas dong dia lebih tau tentang kopi dari A sampe Z” (FGD bersama Lia pada 10 November 2018).

Informan V Dini mengatakan bahwa tidak semua orang dapat menikmati rasa dari kopi *original* tersebut. Menurut dini rasa yang dihasilkan dari kopi tersebut cenderung pahit. Terlebih lagi masyarakat sudah lebih dulu mengenal lebih dulu mengenal kopi *sachet* yang hampir setiap penyajiannya mencampurkan gula.

“Yakan lidah orang Indonesia kebanyakan kayanya udah biasa sama kopi sachet deh, kan kalo orang awam ya kaya saya yang gak suka kan gak tau kan kalo kopi pahit ya rasanya pahit gitu, beda kalo sama orang penikmat kopi *original* itu rasa pahit nya itu kaya nya ada apa gitu. lagian saya liat kopi *original* itu banyak banget yang harus dipelajari beda sama sachet yang tinggal seduh” (FGD bersama Dini pada 7 November 2018).

F. Keragaman Penerimaan Informaan Terhadap Pergeseran Budaya Minum

Kopi

Studi Khalayak adalah sarana untuk mengetahui penerimaan pesan yang disampaikan kepada penonton. Penelitian ini melibatkan individu aktif, yaitu individu yang memiliki kuasa untuk memilih, menanggapi, dan memaknai pesan-pesan yang

disampaikan pembuat film kepada khalayak. Selain itu penerimaan penonton sangat berpengaruh dengan adanya faktor kontekstual dari setiap individu.

Penelitian ini mencoba mencari posisi hipotekal pada setiap individu. Posisi hipotekal diperoleh melalui proses FGD yang sudah dilakukan kepada kelima informan. Struat hall menggolongkan menjadi tiga posisi hipotekal. **Pertama**, *dominant hegemonic*, **kedua**, *negotiated position*, dan **ketiga**, *oppositional position*. Guna mempermudah analisis penelitian, tabel di bawah ini berisi data klarifikasi dari kelima informan.

Tabel 3.2 Posisi Informan Penikmat Kopi Original Terhadap Penerimaan Adegan Pergeseran Budaya Minum Kopi

Penikmat Kopi Original			
No.	Nama	Interpetasi	Posisi Khalayak
1.	Muhamad Ardiansyah Putra (Dian)	Yaa ada sih, ada beberapa scene si Ciko, kan disitu dia digambarkan orang yang fanatik sekali sama kopi. Pas yang <i>scene</i> dia ke Ijen yang menemukan petani kopi kan, itu kan masih manual banget gitu, yang menurut saya itu <i>point-point</i> di Filosofi kopi itu sendiri sih, jadi kaya ngebandingin tu, kaya gini lo suasana ngopi di petani langsung sama di Café gitu	<i>Dominant hegemonic</i>
2.	Abdul Ali Ngoro (Ali)	Ya aku rasa gelombang ketiga ngasi reaksi terhadap kopi yang rasanya buruk dan cara penyajian kopi yang menurut aku kurang benar. Jadi ini loh cara benar menikmati kopi caranya sehat yang akhirnya muncul tuh <i>café</i> atau <i>coffeshop</i> , <i>Sturbacks</i> yang dulu gaada saingannya jadi ada saingan. Nah dengan munculnya kopi <i>original</i> inilah dampak yang ditimbulkan jadi banyakkan, muncul <i>passion</i>	<i>Dominant hegemonic</i>

		terhadap dunia kopi ya bikin kopi tuh ga sembarang lagi punya teknik dong, ya mesin juga udah banyak kan yang canggih yang menurut aku <i>sexy</i> gilak harganya mahal-mahal belum lagi <i>café</i> itu kan juga ga sembarangan ya mereka pasti ngusung konsep yang ingin mereka tonjolan ya akhirnya buakn seder gaya hidup jadi tren	
--	--	---	--

Terlihat data di atas menunjukkan kesamaan posisi hipotekal antara kedua informan. Dian dan Ali telah menyetujui adanya pergeseran budaya ngopi yang gambarkan di dalam film Filosofi kopi dan yang terjadi dikehidupan sehari-hari. Kedua informan sama-sama memiliki kegemaran dalam mengkonsumsi kopi *original*, Bagi Dian dan Ali mengkonsumsi kopi *original* adalah kebutuhan sehari-hari, selain itu mereka telah mengenal budaya ngopi sejak dulu. Hal yang membuat mereka setuju berawal dari kebiasaan mereka mengkonsumsi kopi *sachet* lalu mencoba menikmati kopi *original*, hal inilah yang membuat mereka menyadari adanya perubahan budaya ngopi yang terjadi di sekelilingnya. Selain itu hal ini juga yang membawa kebiasaan mereka untuk mencoba menikmati kopi yang disajikan diberbagai *café*/kedai kopi.

Tabel 3.3 Posisi Informan Penikmat Kopi Sachet Terhadap Penerimaan Adegan Transformasi Budaya Minum Kopi

Penikmat Kopi Sachet			
No.	Nama	Interpetasi	Posisi Khalayak
1.	Fakhrisina Amalia Rovieq (Iis)	Di awal kan udah dilihat tuh <i>cafe</i> gitu kan, tapi kan ketika kita ke belakang ternyata sebenarnya minum kopi terutama ketika	<i>Dominant hegemonic</i>

		tokohnya yang lebih tua dari pada si Ben dan Jodi itu kan cenderung kaya dipinggir kebun, terus diteras rumah gitu-gitu kan, sementara kalo sekarang, kalo di konteks nya Jodi dan Ben minum kopi emang kaya udah khusus coffie shop, di <i>cafe-cafe</i> , untuk anak-anak, maksud-nya dari si pelakunya pun kan kalo di <i>cafe</i> keliatan banget anak mudanya, terus kalo orang yang lebih tua biasanya, ya itu tadi yang kebun terus di rumah, dan ada satu set yang dia bawa bapaknya dateng nah itu kan kaya ini baru pertama kali ngajak bapak dia bilangkan kaya gitu, itu kan menunjukkan bahwa oh untuk ukuran bapak-bapak sebenarnya minum kopi gak di <i>coffe shop</i>	
2.	Septi Nuzulia Rahmawadi (Lia)	Dulu tuh menurut aku kopi gaada profesinya. Eh sekarang malah banyak ya kaya Barista itu, sama satu lagi apa itu namanya Q grader. Ditambah lagi aku banyak tuh liat barista sekarang banyakan anak muda ganteng-ganteng lagi, jadi aku ngeliatnya keren, ya karna aku gabisa bikin kopi tuh susah ya jadi keren	<i>Dominant hegemonic</i>

Berdasarkan data di atas terlihat kesamaan posisi hipotekal diantara kedua informan. Menurut Iis perubahan sangat jelas terlihat melalui penikmat kopi yang biasanya didominasi oleh kalangan tua dan sekarang telah berubah kopi telah masuk kedalam budaya populer yang di dominasi oleh kalangan milenial.

Sedangkan Lia melihat sebelumnya kopi hanya sebatas minuman kebutuhan, namun sekarang menurutnya kopi telah menjadi mata pencarian yang menjanjikan karena telah dibalut oleh perkembangan zaman. Kedua informan di atas memiliki latar belakang keluarga yang mengkonsumsi kopi *sachet*. Selain itu mereka berdua sama-sama berpendapat kopi dapat menemani ketika mereka berada di tengah kesibukan maupun dalam waktu luang.

Tabel 3.4 Posisi Informan Yang Tidak Mengkonsumsi Kopi Terhadap Penerimaan Adegan Transformasi Budaya Minum Kopi

Informan Yang Tidak Mengkosumsi Kopi			
No.	Nama	Interpetasi	Posisi Khalayak
1.	Rahmadhini (Dini)	Pergeserannya itu dari yang.., ya itu minum kopi itu, anak-anak sekarang banyaknya nongkrongnya di kedai kopi gitu kan, sekedar ngobrol gitu di juga tempat kopi-kopi nah seperti itu tempat berkesan budayanya. Tempat-tempatnya juga harus yang di desain, interiornya menjadi bagus lebih menarik biar gimana caranya para konsumen itu tertarik untuk datang kesitu gitu kan	<i>Dominant hegemonic</i>

Berdasarkan data di atas Dini menempati posisi *dominant hegemonic*, Dini mengakui adanya perubahan yang terjadi terhadap budaya kopi di sekitarnya. Meskipun ia bukan dari kalangan yang menyukai kopi ia melihat fenomena yang terjadi di Yogyakarta yaitu banyaknya *cafe-cafe* yang menyajikan menu minuman kopi, dan *cafe-cafe* yang memiliki tema-tema tentang kopi.

Tabel 3.5 Posisi Informan Penikmat Kopi Original Terhadap Budaya Minum Kopi Sebagai Perilaku Masyarakat Konsumsi

Penikmat Kopi Original			
No.	Nama	Interpetasi	Posisi Khalayak
1.	Muhamad Ardiansyah Putra (Dian)	Kita kan mana pernah liat orang di café/ kedai kopi itu mabuk-mabuk, atau ngapa-ngapain gitu, yakan? Itu bisa dibilang tempat <i>positive</i> sih menurutku beda sama tempat yang lain-lain. Ditambah lagi untuk aku pribadi karena aku pengen usaha dibidang itu dengan perilaku masyarakat yang sekarang suka pergi ke café,	<i>Dominant hegemonic</i>

		nah saya menganggap perilaku konsumtif ini sebenarnya peluang sekali	
2.	Abdul Ali Ngoro (Ali)	Bagi orang-orang yang datang musiman nih, atau bilanganya apa ya?, motivasinya nongkrong atau coba kopi <i>single origin</i> lah karna lagi tren nih datang, setelah hilang nih ga datang lagi, itu bisa dikatakan perilaku konsumtif tapi bagi saya penikmat kopi ya ini kebutuhan saya, nongkrong nyari kopi, nge-tren ga tren ya ini <i>passion</i> saya, hobi saya ya jalan terus, menurut saya itu gak bisa dikatakan perilaku konsumtif	<i>Negotiated position</i>

Berdasarkan data di atas terlihat perbedaan pemaknaan yang dilakukan oleh kedua informan. Dian menganggap perilaku konsumtif itu merupakan salah satu peluang yang menjanjikan. Melalui perilaku masyarakat yang cenderung ingin mengikuti perkembangan tren justru Dian malah melihat peluang bisnis yang menjanjikan. Dalam sesi FGD Dian sempat beberapa kali mengatakan ingin membuat bisnis di hobi yang sedang digelutinya ini. Selain itu Dian juga memiliki kebun kopi di Gayo yang terkenal dengan produk kopinya.

Berbeda dengan Ali, ia mengungkapkan perilaku konsumtif terjadi akibat tren yang sedang terjadi. Ali membenarkan adanya perilaku konsumtif di antara penikmat kopi, yaitu perilaku yang hanya sekedar ingin merasakan *euphoria* sesaat. Ali juga menegaskan bagi para penikmat kopi yang memang menggeluti dan menggemari kopi, perilaku mencoba produk-produk atau fasilitas-fasilitas cafe yang ditawarkan bukanlah perilaku konsumtif.

Tabel 3.6 Posisi Informan Penikmat Kopi Sachet Terhadap Budaya Minum Kopi Sebagai Perilaku Masyarakat Konsumsi

Penikmat Kopi Sachet			
No.	Nama	Interpetasi	Posisi Khalayak
1.	Fakhrisina Amalia Rovieq (Iis)	Jadi ga semua budaya dalam minum kopi ini termasuk aktivitas nongkrong atau ngopi di <i>café/coffe shop</i> itu bisa dibilang menunjukan perilaku konsumtif.	<i>Negotiated Position</i>
2.	Septi Nuzulia Rahmawadi (Lia)	Menurut saya mbak perilaku konsumtif ini berkaitan dengan perilaku hedonis. Tapi nanti jadinya dalam waktu yang lama seseorang kan jadi terpapar mengikuti tuntutan-tuntan zaman. Tanpa disadari tumbuh nanti yang namanya pemborosan, memang ketika kita masih punya daya beli maksudnya gimana ya mbak, masih cukup uangnya untuk mengikuti aktivitas tersebut ya memang enak tidak terjadi masalah tapi nanti kebiasaan ini berpengaruh dalam pembentukan karakter dan sulit baut dirubah, nah ketika kita sudah menaikkan standar gaya hidup atau mengikutinya untuk nurunin susah mbak, nah bahayanya apabila tidak terpenuhi itu mbak	<i>Dominant hegemonic</i>

Berdasarkan data di atas kedua informan berada pada posisi hipotekal yang berbeda. Iis sependapat dengan Ali yang menurutnya budaya minum kopi dapat dikatakan sebagai perilaku konsumtif ketika orang tersebut datang ke sebuah café hanya karena sedang vtren dan dianggap keren dan sekedar untuk pamer.

berbeda dengan pendapat yang dikatakan oleh Lia, menurutnya tren hanya akan menimbulkan pemborosan. Lia menjelaskan akibat dari tren yang sedang terjadi

kebanyakan masyarakat malah mengesampikan kebutuhan pokok, masyarakat malah lebih memilih menunjukkan status sosialnya.

Tabel 3.7 Posisi Informan Yang Tidak Mengonsumsi Kopi Terhadap Budaya Minum Kopi Sebagai Perilaku Masyarakat Konsumsi

Informan Yang Tidak Mengonsumsi Kopi			
No.	Nama	Interpetasi	Posisi Khalayak
1.	Rahmadhini (Dini)	Menurut saya <i>café</i> saat ini kan ga semua melulu harganya mahal, dan ga semua <i>café</i> juga menjual prestise atau nama. Banyak loh <i>café</i> sekarang yang harganya murah, 24 jam fasilitas <i>wifi</i> , tempatnya enak. Tapi kan kita gabisa sebut itu perilaku konsumtif toh <i>benefit</i> yang kita dapatkan menurut saya melebihi uang yang kita keluarkan. Sama seperti halnya kita minum di <i>Starbuck</i> , orang pergi kesitu pasti mempertimbangkan atau mengotak-ngotakan sesuatu sesuai dengan apa yang ia cari. Kita liat aja disalah satu adegan film <i>Filosofi Kopi</i> ada anak muda yang gajadi pesan kopi karna gaada <i>wifi</i> , nah itu kan sudah menunjukan bahwa mereka punya alasan yang mana menurutnya penting dan tidak. Ada pertimbangan disitu	<i>Oppositional position</i>

Berbeda dengan pendapat keempat informan lainnya, Dini mengatakan hal ini bukanlah perilaku konsumtif. Menurutnya pergeseran budaya minum kopi memang menjadi salah satu faktor penting dalam menciptakan budaya nongkrong. Namun Dini menegaskan tidak semua *cafe* menyajikan menu dengan harga yang mahal, ada beberapa *cafe* yang memiliki fasilitas lengkap dan nyaman.

Menurutnya kebiasaan masyarakat mencoba atau mengunjungi *cafe* bukan berarti akan menjadi perilaku *negatif*, melainkan ada *benefit* dari kegiatan tersebut. Selain itu juga menurutnya setiap orang memiliki pilihan untuk memilih *cafe* yang disukainya.

Tabel 3.8 Posisi Informan Penikmat Kopi Original Terhadap Idealisme Penikmat Kopi *Origin*

Penikmat Kopi Original			
No.	Nama	Interpetasi	Posisi Khalayak
1.	Muhamad Ardiansyah Putra (Dian)	Gimana ya kita gak bisa maksain selera orang sebenarnya, mau pake gula ga pake gula, kopi scahet kek, kopi hitam kek sama aja ya namanya kopi, tapi menurut saya kopi itu kan semuanya olahan udah banyak campurannya, ya kan dengan kaya gitu kita ga bisa tau lagi rasa aslinya gimana kan, kalo gatau rasa aslinya gimana tau gimana mau ngerti kopikan? agar kita banyak tau dan mengerti kopi, ya salah satunya dengan mencoba kopi original ini.	<i>Negotiated position</i>
2.	Abdul Ali Ngoro (Ali)	Sudah jelas ya, kopi original ini prosesnya panjang banget, belum lagi tekniknya, dan kita bisa tau asal kopi ini dari mana dari merasakan karakter-karakter kopinya, dan kita itu mempelajari bukan asal-asalan ada kopi terus diseduh gitu engga	<i>Dominant hegemonic</i>

Berdasarkan peletakan posisi hipotekal kedua informan di atas terlihat perbedaan pemaknaan diantara kedua informan. Seperti pada informan I Dian, ia mengungkapkan bahwa menikmati kopi tidak terbatas hanya dengan kopi *original*.

Berbeda halnya dengan pendapat yang disampaikan oleh Ali, karena menurutnya cara terbaik menikmati kopi adalah dengan tidak mencampurkan apapun kedalamnya. Selain untuk menikmati rasa asli dari kopi, hal tersebut juga dapat menjadi pertimbangan untuk menjaga kesehatan, misalnya tidak mencampurkan kopi dengan gula. Hal ini juga berkaitan dengan pengalamannya sebagai seorang Barista yang sebelumnya banyak belajar mengenai kopi.

Tabel 3.9 Posisi Informan Penikmat Kopi *Sachet* Terhadap Idealisme Penikmat Kopi *Origin*

Penikmat Kopi Sachet			
No.	Nama	Interpetasi	Posisi Khalayak
1.	Fakhrisina Amalia Rovieq (Iis)	Bagi aku rasa itu adalah sesuatu yang bisa kita pelajari, tanpa aku menikmati kopi <i>origin</i> pun akan bisa memahami dan mempelajari tiap rasa kopi gitu kan, bagi aku pribadi aku gak perlu jadi penikmat kopi <i>origin pure</i> untuk bisa memahami kopi, kalo misalnya aku belajar menurut aku, aku akan bisa memahami kopi	<i>Oppositional position</i>
2.	Septi Nuzulia Rahmawadi (Lia)	Di film aja udah digambarain mbak orang yang masuk kedunia kopi ini juga pake sertifikat segala macam, aku juga denger Barista itu aja ada kelasnya, setidaknya kan dengan begitu dia belajar, banyak ilmunya jadi jelas dong dia lebih tau tentang kopi dari A sampe Z	<i>Dominant hegemonic</i>

Berdasarkan data di atas menunjukkan perbedaan pemaknaan yang sangat signifikan diantara kedua informan. Seperti halnya pada informan III Iis, ia menolak anggapan bahwa penikmat kopi yang sebenarnya adalah penikmat kopi original. Ia berpendapat hanya dengan membaca novel, dan buku-buku yang berkaitan dengan

kopi, ia bisa memahami dan banyak mengerti mengenai kopi tersebut. Disini peneliti melihat faktor kegemaran Iis membaca atau menulis sebuah novel menjadi faktor penting Iis dalam memaknai idealisme penikmat kopi.

Berbeda dengan Lia, Lia menjelaskan hanya untuk merasakan rasa asli dari kopi tersebut bukanlah hal yang mudah, ditambah lagi menurutnya saat ini profesi yang bergelut dengan kopi harus dipelajari dan ber-*sertificat*.

Tabel 3.10 Posisi Informan Yang Tidak Mengkonsumsi Kopi Terhadap Idealisme Penikmat Kopi *Origin*

Informan Yang Tidak Mengkosumsi Kopi			
No.	Nama	Interpetasi	Posisi Khalayak
1.	Rahmadhini (Dini)	Yakan lidah orang Indonesia kebanyakan kayanya udah biasa sama kopi sachet deh, kan kalo orang awam ya kaya saya yang gak suka kan gak tau kan kalo kopi pahit ya rasanya pahit gitu, beda kalo sama orang penikmat kopi <i>original</i> itu rasa pahit nya itu kaya nya ada apa gitu. lagian saya liat kopi <i>original</i> itu banyak banget yang harus dipelajari beda sama sachet yang tinggal seduh	<i>Oppositional position</i>

Sepakat dengan Lia, Informan IV yaitu Dini juga mengatakan bahwa kopi Original tersebut melalui serangkaian proses yang cukup rumit. Sebagai orang yang tidak menyukai kopi dini menyebut dirinya sebagai orang awam atau orang yang tidak mengerti sama sekali mengenai kopi. Latar belakang ketidak teryarikan Dini terhadap kopi ini lah yang juga menyebabkan Dini juga minum akan informasi-informasi mengenai kopi.

Tabel 3.11 Penerimaan Informan (Penikmat Kopi Original, Penikmat Kopi Sachet, dan Tidak Mengkosumsi Kopi)

NO.	Informan	Pemaknaan Penerimaan Adegan Pergeseran Budaya Minum Kopi	Pemaknaan Budaya Minum Kopi Sebagai Perilaku Masyarakat Konsumsi	Pemaknaan Idealisme Penikmat Kopi Origin
1.	Muhamad Ardiansyah Putra (Dian)	<i>Dominant hegemonic</i>	<i>Dominant hegemonic</i>	<i>Negotiated position</i>
2.	Abdul Ali Ngoro (Ali)	<i>Dominant hegemonic</i>	<i>Negotiated position</i>	<i>Dominant hegemonic</i>
3.	Fakhrisina Amalia Rovieq (Iis)	<i>Dominant hegemonic</i>	<i>Negotiated position</i>	<i>Oppositional position</i>
4.	Septi Nuzulia Rahmawadi (Lia)	<i>Dominant hegemonic</i>	<i>Dominant hegemonic</i>	<i>Dominant hegemonic</i>
5.	Rahmadhini (Dini)	<i>Dominant hegemonic</i>	<i>Oppositional position</i>	<i>Dominant hegemonic</i>

G. Catatan Penutup

Peneliti telah menganalisis penerimaan penonton terhadap unsur pergeseran budaya minum kopi dalam film *Filosofi Kopi*, yang terbagi menjadi tiga poin sub pembahasan yaitu pergeseran budaya minum kopi, budaya minum kopi sebagai perilaku konsumtif, idealisme penikmat kopi *origin*. Berdasarkan hasil analisis tersebut, diperoleh hasil bahwa kelima informan dari berbagai latar belakang penikmat kopi yang berbeda masing-masing menempati beragam posisi hipotekal penerimaan penonton dari teori yang dijelaskan oleh Stuart Hall yaitu, posisi dominan

hegemoni, posisi negosiasi dan posisi oposisi. Dari data hasil analisis diatas tersebut menunjukkan bahwa film *Filosofi Kopi* adalah film yang menggambarkan transformasi/pergeseran budaya minum kopi. Hal itu dapat dibuktikan kelima informan dari tiga golongan yang peneliti golongan menepati posisi Dominan hegemoni yang dimana kelima informan menyetujui penggambaran tersebut, bahkan kelima informan sepakat bahwa pergeseran budaya minum kopi yang ditampilkan merupakan pergeseran budaya yang sedang terjadi saat ini dan tengah menjadi tren.

Selain itu, pada pembahasan budaya minum kopi sebagai perilaku konsumtif dari kelima informan memiliki pemahaman dan pemaknaan yang berbeda-beda. Dua informan menepati posisi dominan hegemoni, namun ketiga informan lainnya menepati posisi oposisi yakni menolak dan posisi negosiasi. Berbeda dengan pembahasan idealisme penikmat kopi *original*, tiga dari kelima informan menepati dominan hegemoni, dua informan lainnya menepati posisi menolak dan negosiasi. Hal ini dapat disimpulkan bahwa kelima informan sabagai khalayak aktif, terlihat dari posisi hipotekal yang berbeda-beda. Proses pemaknaan yang berbeda-beda dari setiap khalayak tersebut, dipengaruhi oleh latarbelakang konteks yang turut mempengaruhinya.